

**LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**JUDUL:
MODEL PENDAMPINGAN BISNIS MAHASISWA PENERIMA HIBAH
PKM-K/PMW MELALUI TEKNIK *COACHING* SEBAGAI UPAYA
AKSELERASI PENUMBUHAN KARAKTER DAN *SKILL* WIRAUSAHA
MAHASISWA**

Tahun ke-1 dari rencana 2 tahun

Oleh:
Mohammad Adam Jerusalem, M.T. / NIDN. 0012037801
Tejo Nurseto, M.Pd. / NIDN. 0024037404
Noor Fitrihana, M.Eng. / NIDN. 0020097603

**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
NOVEMBER 2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa Penerima Hibah PKM-K/PMW melalui Teknik Coaching sebagai Upaya Akselerasi Penumbuhan Karakter dan Skill Wirausaha Mahasiswa

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : MOHAMMAD ADAM JERUSALEM S.T., MT.
NIDN : 0012037801
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Tata Busana
Nomor HP : 081313888312
Surel (e-mail) : mohadamjerusalem@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : TEJO NURSETO M.Pd.
NIDN : 0024037404
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Anggota Peneliti (2)

Nama Lengkap : NOOR FITRIHANA ST. S.Pd. M.Eng
NIDN : 0020097603
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Institusi Mitra (jika ada)

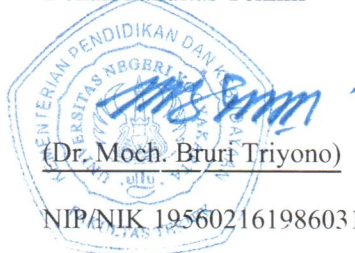
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Biaya Tahun Berjalan : Rp. 42.500.000,00

Biaya Keseluruhan : Rp. 148.990.000,00

Mengetahui
Dekan Fakultas Teknik


(Dr. Moch. Bruri Triyono)
NIP/NIK 195602161986031003

Yogyakarta, 20 - 12 - 2013,
Ketua Peneliti,



(MOHAMMAD ADAM JERUSALEM S.T.,
MT.)

NIP/NIK 197803122002121001

Menyetujui.
Ketua LPPM UNY

(Prof. Dr. Anik Ghufro)
NIP/NIK 196211111988031001

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Luaran Penelitian	2
D. Target Temuan/Inovasi	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Teknik <i>Coaching</i>	4
B. Studi Pendahuluan Materi Pendampingan Bisnis Mahasiswa	7
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
A. Tujuan Penelitian	8
B. Manfaat Penelitian	8
BAB IV. METODE PENELITIAN	10
A. Desain Penelitian	10
B. Populasi dan Sampel Penelitian	14
C. Instrumen Pengumpulan Data	14
D. Teknik Analisis Data	15
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	16
A. Hasil Penelitian	16
B. Pembahasan	22
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	23
A. <i>Roadmap</i> Penelitian	23
B. Rencana Tahapan Berikutnya	24
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	26
A. Kesimpulan	26
B. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	28
Lampiran 1. Susunan organisasi tim peneliti dan pembagian tugas	29

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Materi Pendampingan Usaha	7
Tabel 2. Tingkatan aksi bisnis dalam mencapai targetnya	15
Tabel 3. Skenario <i>coaching</i> pendampingan bisnis mahasiswa	17
Tabel 4. Hasil pendampingan bisnis mahasiswa	19
Tabel 5. Rerata nilai aksi bisnis mahasiswa	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Beberapa teknik pelatihan	5
Gambar 2. Diagram Alir Penelitian	13
Gambar 3. Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa	16
Gambar 4. Histogram nilai aksi bisnis mahasiswa	18
Gambar 5. Roadmap Penelitian Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa	24

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut David McClelland, suatu negara akan makmur jika mempunyai *entrepreneur* minimum 2% dari total penduduknya. Ironisnya, Indonesia baru mempunyai 0,18%. Untuk itu, perguruan tinggi harus berperan nyata dalam mendorong mahasiswa dalam berwirausaha. UNY mempunyai kebijakan yang menetapkan Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib di semua program studi. Disamping itu, terdapat program UNY yang secara langsung melatih mahasiswa untuk berwirausaha yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), juga Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKM-K) dari Dikti Kemendikbud. Proposal bisnis mahasiswa UNY yang didanai Dikti melalui PKM-K tahun 2012 ada 64 dan 61 pada tahun 2013 ini. Sementara penerima hibah PMW tahun 2012 ada 34 bisnis.

Dalam menjalankan PMW dan PKM-K, mahasiswa seringkali masih mengalami kebingungan dalam menjalankan bisnisnya. Maka bisnis yang dilakukan hanya dengan sekedarnya, yang pada akhirnya berakhir dengan dibubarkannya usaha itu. Salah satu permasalahan dalam PMW dan PKM-K adalah pendampingan bisnis. Memang benar ada dosen pembimbing PMW dan PKM-K, namun pembimbingannya tidaklah intensif sebagaimana pembimbingan skripsi. Sehingga banyak program PMW dan PKM-K yang tidak efektif, meskipun juga ada monitoring dari UNY dan Dikti. Ketidakefektifan ini dilihat dari tidak adanya pertumbuhan pesat bisnis yang dijalankan, karakter *entrepreneurships* yang tidak tumbuh, serta tidak ada keberlanjutan bisnis setelah selesainya PMW dan PKM-K. Bahkan, tidak sedikit mahasiswa mencari dana PKM-K dan PMW bukan dilandasi untuk berlatih bisnis, namun hanya untuk mendapatkan dananya. Hal ini sangat disayangkan mengingat potensi mahasiswa UNY yang sangat besar dan sering menorehkan berita inovasi bisnis.

Apabila UNY mempunyai model pendampingan bisnis mahasiswa yang intensif dan terkurikulum maka berita mahasiswa UNY yang berkibar dalam dunia bisnis semakin banyak. Mengingat tiap tahunnya, UNY berhasil meloloskan sekitar 64 kelompok mahasiswa dalam PKM-K. Dengan adanya model pendampingan yang

efektif dan efisien, maka sangat mungkin mahasiswa UNY akan menjuarai berbagai kompetisi bisnis mahasiswa yang sangat bergengsi seperti Wirausaha Muda Mandiri dari Bank Mandiri, Joy Tea *Business Competition* dari Sosro, Shell-liveWIRE dari Shell, Danone *Trust*, serta ITB *Entrepreneurship Challenge*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengembangkan model pendampingan bisnis mahasiswa yang efektif, efisien dan terkurikulum sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan karakter wirausaha mahasiswa?
2. Bagaimana kelayakan model pendampingan bisnis mahasiswa yang dikembangkan?
3. Bagaimana efektifitas model pendampingan bisnis mahasiswa yang dikembangkan dalam upaya akselerasi penumbuhan karakter dan *skill* wirausaha mahasiswa?
4. Bagaimana menghasilkan modul bagi mahasiswa dalam pengelolaan bisnisnya secara praktis sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan karakter wirausaha mahasiswa?

C. Luaran Penelitian

Penelitian ini secara spesifik berkaitan dengan pendampingan bisnis mahasiswa dalam upaya menumbuhkembangkan karakter dan skill wirausaha mahasiswa. Ruang lingkup penelitian ini mulai dari pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa hingga pelaksanaan TOT bagi dosen kewirausahaan yang tentunya paling berpotensi mendampingi bisnis mahasiswa peraih hibah PKM-K dan stimulan dana PMW. Oleh karena itu, luaran yang ditetapkan penelitian tahun 2013 ini adalah sebagai berikut.

1. Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa.

Sampai saat ini pendampingan bisnis mahasiswa masih dipandang sebelah mata. Hal ini dikarenakan pendampingan bisnis tidak berkaitan langsung dengan kelulusan mahasiswa dan merupakan bagian kegiatan ekstrakurikuler. Akibatnya pendampingan menjadi tidak produktif dan efektif. Dengan adanya model pendampingan bisnis mahasiswa ini, diharapkan dapat melembagakan pendampingan bisnis mahasiswa sehingga menjadi suatu program yang bernilai sama pentingnya dengan pembimbingan skripsi.

2. Publikasi artikel ilmiah pada jurnal nasional/internasional yang terakreditasi.

Model pendampingan bisnis mahasiswa ini belum banyak dikembangkan oleh akademisi sehingga sangat potensial untuk dipublikasikan baik dalam jurnal nasional bahkan jurnal internasional yang terakreditasi.

3. Modul bagi Mahasiswa dalam Pengelolaan Bisnis

Modul ini bertujuan untuk memudahkan mahasiswa penerima hibah wirausaha dalam mengelola bisnisnya sehingga dapat tetap fokus tinggi baik pada kuliah maupun bisnisnya. Materi modul berisi teknik pengelolaan bisnis yang memang sehari-hari diperlukan di dunia bisnis secara nyata.

D. Target Temuan/Inovasi

Berkaitan dengan penelitian tentang pendampingan bisnis mahasiswa maka temuan/inovasi yang ditargetkan adalah Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa modern dan persuasif dengan Teknik *Coaching*. Letak inovasi ada pada Teknik *Coaching*, yaitu bagaimana membantu mahasiswa pelaku bisnis menemukan apa yang diinginkan dari posisi dimana dia sekarang, dengan menggali sumber daya apa saja yang dibutuhkan, sikap mental yang harus dibangun, dan teknik-teknik yang cocok dalam menerapkannya. Hal tersebut dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang tepat, sehingga mahasiswa pelaku bisnis (*coachee*) akan terangsang untuk menemukan sendiri jawaban yang dibutuhkannya.

Dengan dapat ditemukannya solusi oleh mahasiswa pelaku bisnis sendiri maka mahasiswa akan percaya bahwa dirinya mampu untuk menyelesaikan berbagai permasalahan dalam bisnis dan tidak ketergantungan dengan masukan dari orang lain termasuk dosen pendamping bisnisnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

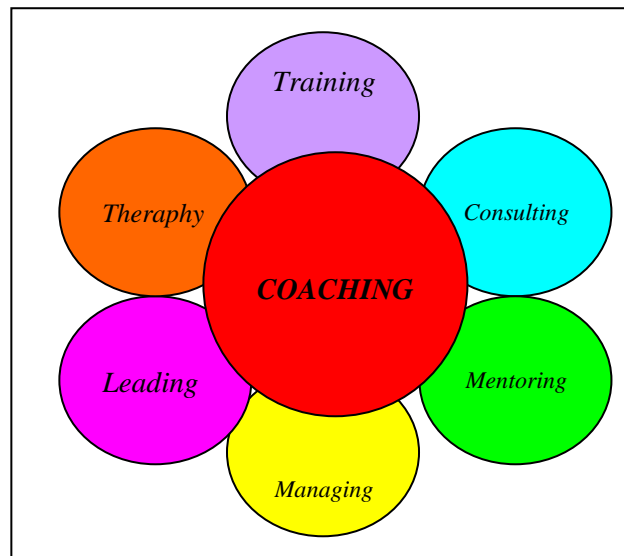
A. Teknik *Coaching*

Coaching lebih sering dipakai dalam hal yang berhubungan dengan olah raga. Namun demikian seiring dengan berjalannya waktu, *coaching* mulai diterapkan pada kehidupan, bisnis maupun hal-hal lain yang lebih spesifik. *Coaching* yang dimaksud disini adalah bagaimana membantu seseorang menemukan apa yang diinginkan dari posisi dimana dia sekarang, dengan menggali sumber daya apa saja yang dibutuhkan, sikap mental yang harus dibangun, dan teknik-teknik yang cocok dalam menerapkannya. Hal tersebut dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang tepat, sehingga peserta latihan (*coachee*) akan menemukan sendiri jawaban yang dibutuhkannya. *Coaching* juga dapat diterjemahkan menjadi seseorang yang dapat memfasilitasi orang yang di-*coaching* untuk menggapai kinerja yang lebih baik dari keadaan sekarang, dengan menanyakan pertanyaan yang tepat. Sehingga ada yang mengatakan, *coaching* adalah seni dari bagaimana bertanya (Salim, 2010). Sementara istilah *coaching* menurut *The European Mentoring and Coaching Council* (dalam Thompson, 2006) adalah:

“working with a person inside the business to get things done and improve performance – using a directive (show and tell) approach. Performance Coaches improve competencies in key business functions”.

Dalam teknik *coaching*, pelatih (*coach*) memberikan pertanyaan-pertanyaan yang tepat dan mendalam untuk menguak jawaban-jawaban yang akan dimunculkan oleh *coachee*. Sehingga *coachee* akan menemukan sendiri jawaban dari permasalahannya, dan pada gilirannya nanti *coachee* sendiri akan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, dan bukan yang ingin dilakukan. Apabila teknik yang digunakan salah pada kasus yang salah, maka hasilnya hanya akan menyebabkan kefrustasian. Dengan teknik *coaching*, klien atau *coachee*-lah yang bertanggungjawab akan jawaban yang muncul dari dirinya. Dalam teknik *coaching*, *coach* tidak bertanggung jawab untuk menyediakan jawaban atas pertanyaan dan permasalahan bisnis yang dihadapi *coachee*. Apabila jawaban yang menyediakan pihak *coach*, maka itu adalah teknik *mentoring* atau *consulting*.

Terdapat beberapa perbedaan yang sangat mendasar antara satu dengan teknik lainnya diantara *coaching*, *training*, *consulting*, *mentoring*, *therapy* dan *managing*.



Gambar 1. Beberapa teknik pelatihan

1. *Training* merupakan pelatihan yang diberikan dalam rangka memberikan ilmu, pengetahuan dalam hal-hal tertentu. *Training* biasanya dilakukan satu per satu maupun secara grup. Kelebihan dari *training* yang diberikan satu per satu adalah peserta dapat bertanya lebih banyak untuk dapat mengerti tentang bahan yang sedang dipelajari. Sedangkan apabila *training* dilakukan secara grup, maka kualitas baik dari *trainer* maupun peserta akan lebih besar, karena keanekaragaman pertanyaan yang akan muncul.
2. Konsultan adalah sebuah institusi maupun perseorangan yang membantu memberikan konsultasi untuk menyelesaikan masalah yang sudah, sedang, maupun akan terjadi. Biasanya pekerjaannya akan dilakukan oleh konsultan itu sendiri. Di lain pihak, klien tidak perlu mendalami bagaimana cara penyelesaiannya. Para konsultan biasanya akan memberikan batasan-batasan yang akan dikerjakan, untuk periode tertentu dengan harga yang disepakati. Dalam teknik konsultasi (*consulting*), di satu sisi klien tidak dipusingkan oleh hal-hal detil yang tidak dikuasainya. Namun justru akan muncul permasalahan lainnya karena akan bergantung kepada konsultan.
3. *Mentoring* adalah bimbingan dari seseorang yang sudah sangat menguasai hal-hal tertentu, yang dibagikan kepada seseorang yang membutuhkannya. Menjadi

sangat penting untuk mengetahui apa yang benar-benar akan dimentorkan. Karena apabila salah mementor, maka klien yang sedang membutuhkan saran akan malah semakin bingung. Kendala lain dalam mentoring adalah kita harus mengetahui benar siapa yang kita mentor. Karena apabila kita memberikan saran kepada klien yang jauh lebih menguasai, maka kecenderungannya kita akan disepelekan.

4. Biasanya terapi (*therapy*) diperuntukkan untuk seseorang yang *disorder* (masalah-masalah yang berkaitan dengan keyakinan dan nilai-nilai yang dipahami seseorang). Terkadang orang yang diterapi tidak menyadari kalau dia membutuhkannya.
5. *Managing* merupakan teknik yang paling umum dipakai oleh hampir semua organisasi dalam perusahaan. Makna dari *managing* ini adalah mengatur. Pada umumnya yang diatur adalah orang. Masalah yang umumnya terjadi adalah seorang manajer yang kurang memahami struktur dari seorang manusia.

Coaching juga diartikan sehubungan dengan teknologi (orang yang memberikan bantuan *just-in-time*, tugas-based) dan pengaturan bisnis (orang-orang yang disewa untuk memberikan panduan mengenai tugas tertentu pada tingkat individu atau organisasi. Collins, dkk (1989) menjelaskan coaching sebagai bantuan dari seorang pakar/ahli. Sedangkan Parsloe dan Wray (2000), membedakan coaching dari mentoring dengan mendefinisikan bahwa mentor adalah orang yang memberikan dukungan yang bersifat lebih umum dalam kapasitas yang sedang berlangsung, sedangkan coaching biasanya difokuskan pada bantuan untuk memenuhi tujuan tertentu. Dengan pengertian ini, dalam konteks pengembangan karir seorang mentor akan membantu memandu pilihan karier dan keterampilan kerja dari mentee, sementara coach (pelatih) akan terlibat dalam lebih konkret, berorientasi pada tujuan tugas-tugas seperti mendapatkan pekerjaan baru atau promosi. Guzdial (1995) menyatakan coaching adalah proses membantu seorang siswa melalui suatu kegiatan.

Burton, Brown, and Fischer (1999) menyebutkan ada empat hal yang dilakukan coach untuk mencapai tujuan coaching tercapai, yaitu:

1. memastikan bahwa sub-skills tepat diperoleh,
2. merancang latihan yang sesuai dan menyediakan teknologi yang dibutuhkan,
3. menunjukkan kinerja coachee dalam menghadapi masalah, dan

4. memberikan penjelasan dan perintah yang jelas

Coach harus selalu mempertahankan fokus pada tujuan, mengarahkan ketika coachee mengalami kegagalan dan ketika *coachee* siap untuk terus belajar dan maju.

B. Studi Pendahuluan tentang Materi Pendampingan Bisnis Mahasiswa

Materi pada modul yang hendak diteliti dan disusun haruslah berupa materi yang sederhana, padat, praktis serta memang dibutuhkan dalam kegiatan pengelolaan bisnis hari per harinya (*day to day business*). Dari berbagai buku tentang manajemen, kewirausahaan, dan strategi perusahaan maka materi yang dapat diajukan untuk diteliti lebih mendalam adalah sebagaimana tertera dalam tabel 1.

Tabel 1. Materi Pendampingan Usaha

No.	Materi Pendampingan Usaha
1	Materi dasar
	a. visi, misi, tujuan, dan budaya usaha secara praktis
	b. sistem pelaporan keuangan: neraca-rugi laba-arus kas
	c. proses: alur kerja, job deskripsi, struktur organisasi
	d. manajemen waktu: perencanaan jadwal harian, penghitungan penghasilan per jam
2	Materi Pemasaran:
	a. kampanye pemasaran
	b. strategi <i>blue ocean</i> : <i>unique selling proposition</i>
	c. strategi mempertahankan konsumen: kuantitas dan kualitas transaksi usaha
	d. strategi mencari konsumen baru: cara menemukan prospek/konsumen baru dan cara mengubah prospek menjadi konsumen
	e. tes, ukur dan evaluasi produktivitas
3	Materi Lanjut:
	a. pembuatan SOP secara praktis
	b. pembuatan KPI (indikator kinerja) secara praktis
	c. pembuatan manual secara praktis
	d. pembuatan <i>milestone</i> secara praktis
4	Materi Pengembangan Usaha:
	a. analisis pengembangan produk secara praktis
	b. analisis potensi membuka cabang baru secara praktis
	c. analisis potensi <i>franchise</i> secara praktis

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah akselerasi penumbuhan karakter dan *skill* wirausaha mahasiswa. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengembangkan model pendampingan bisnis mahasiswa yang efektif, efisien dan terkurikulum sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan karakter wirausaha mahasiswa.
2. Mengetahui kelayakan dan efektifitas model pendampingan bisnis mahasiswa yang dikembangkan dalam upaya akselerasi penumbuhan karakter dan *skill* wirausaha mahasiswa.
3. Mengembangkan materi praktis pendampingan bisnis mahasiswa yang tersusun dalam modul pendampingan sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan karakter wirausaha mahasiswa.
4. Menghasilkan modul bagi mahasiswa dalam pengelolaan bisnisnya secara yang praktis dan mudah diaplikasikan dalam bisnis mahasiswa.
5. Menghasilkan buku panduan bagi dosen dalam pendampingan bisnis mahasiswa.
6. Menghasilkan paket pelatihan dan implementasi pendampingan bisnis mahasiswa.

B. Manfaat Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah akselerasi penumbuhan karakter dan *skill* wirausaha mahasiswa. Dengan adanya karakter dan *skill* wirausaha mahasiswa tersebut diharapkan bisnis yang dikelola mahasiswa dapat tumbuh dengan pesat dan terus berkesinambungan meskipun program PKM-K dan PMW sudah selesai. Dengan terus berkesinambungan bisnis tersebut maka akan memperpendek masa tunggu mahasiswa dalam mendapatkan pekerjaan. Bahkan, jika bisnis mahasiswa berhasil maka mahasiswa berperan dalam penciptaan lapangan pekerjaan.

Disamping itu, keutamaan penelitian ini ada pada praktek langsung yang dialami oleh mahasiswa. Mahasiswa langsung praktek menangani bisnisnya dengan keseriusan dan kesungguhan. Indikasi keseriusan dan kesungguhan itu terdapat pada,

pengajuan proposal bisnis mahasiswa pada program PKM-K dan PMW sehingga memang mahasiswa ini mempunyai gairah tinggi untuk berbisnis. Oleh karenanya, pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa menjadi hal yang sangat strategis untuk dilakukan dan dikembangkan.

Penelitian ini juga mempunyai manfaat baik secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat secara praktis

- a. Model pendampingan bisnis mahasiswa merupakan model yang akan mampu menumbuhkembangkan karakter dan skill mahasiswa dalam praktek berwirausaha.
- b. Model pendampingan bisnis mahasiswa berbasis teknik *coaching* juga diyakini mampu menumbuhkembangkan bisnis yang dikelola mahasiswa.

2. Manfaat secara teoritis

- a. Tersedianya model pendidikan kewirausahaan yang dapat digunakan untuk melakukan pendampingan bisnis mahasiswa maupun untuk pengayaan sumber belajar pendidikan kewirausahaan.
- b. Tersedianya materi pendampingan bisnis mahasiswa yang sistematis dan terstruktur.
- c. Dapat meningkatkan kualitas materi perkuliahan dengan adanya pengayaan dan kualitas dengan pendampingan bisnis mahasiswa.
- d. Terus menumbuhkembangkan keilmuan terkini dan pemanfaatannya untuk kesejahteraan mahasiswa dan masyarakat.

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan untuk menghasilkan model pendampingan bisnis mahasiswa adalah metode penelitian dan pengembangan atau *research and development* R&D. Mengingat R&D adalah metode penelitian yang cukup ampuh untuk memperbaiki praktek. *Research and Development* (R&D) adalah rangkaian proses atau langkah-langkah dalam rangka mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada agar dapat dipertanggungjawabkan. Produk tersebut tidak selalu berbentuk benda atau perangkat keras (*hardware*), seperti buku, modul, alat bantu pembelajaran di kelas atau di laboratorium, tetapi bisa juga perangkat lunak (*software*), seperti program komputer untuk pengolahan data, pembelajaran di kelas, perpustakaan atau laboratorium, ataupun model-model pendidikan, pembelajaran, pelatihan, bimbingan, evaluasi, sistem manajemen, dan lain-lain.

Penelitian R&D menurut Borg dan Gall (1983:772) merupakan serangkaian proses yang digunakan untuk mengembangkan dan memvalidasi produk-produk yang digunakan dalam dunia pendidikan. Metode R&D menghasilkan produk-produk termasuk model pendampingan bisnis mahasiswa yang telah diuji dilapangan dan telah direvisi pada tingkat keefektifan tertentu. Oleh karenanya tujuan utama R&D dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan memvalidasi perangkat-perangkat yang digunakan dalam model pendampingan bisnis mahasiswa agar bekerja dengan efektif dan siap pakai. Model tersebut dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dan berdasarkan spesifikasi yang diperlukan dalam proses pendampingan bisnis mahasiswa.

Borg dan Gall (1983) mengemukakan terdapat 4 ciri utama dalam pendekatan R&D, yaitu: 1) *studying research findings pertinent to the product to be developed* (melakukan studi atau penelitian awal untuk mencari temuan-temuan penelitian terkait dengan produk yang akan dikembangkan); 2) *developing the product base on this findings* (mengembangkan produk berdasarkan temuan penelitian tersebut); 3) *field testing it in the setting where it will be used eventually* (dilakukannya uji lapangan dalam setting atau situasi senyatanya dimana produk tersebut nantinya

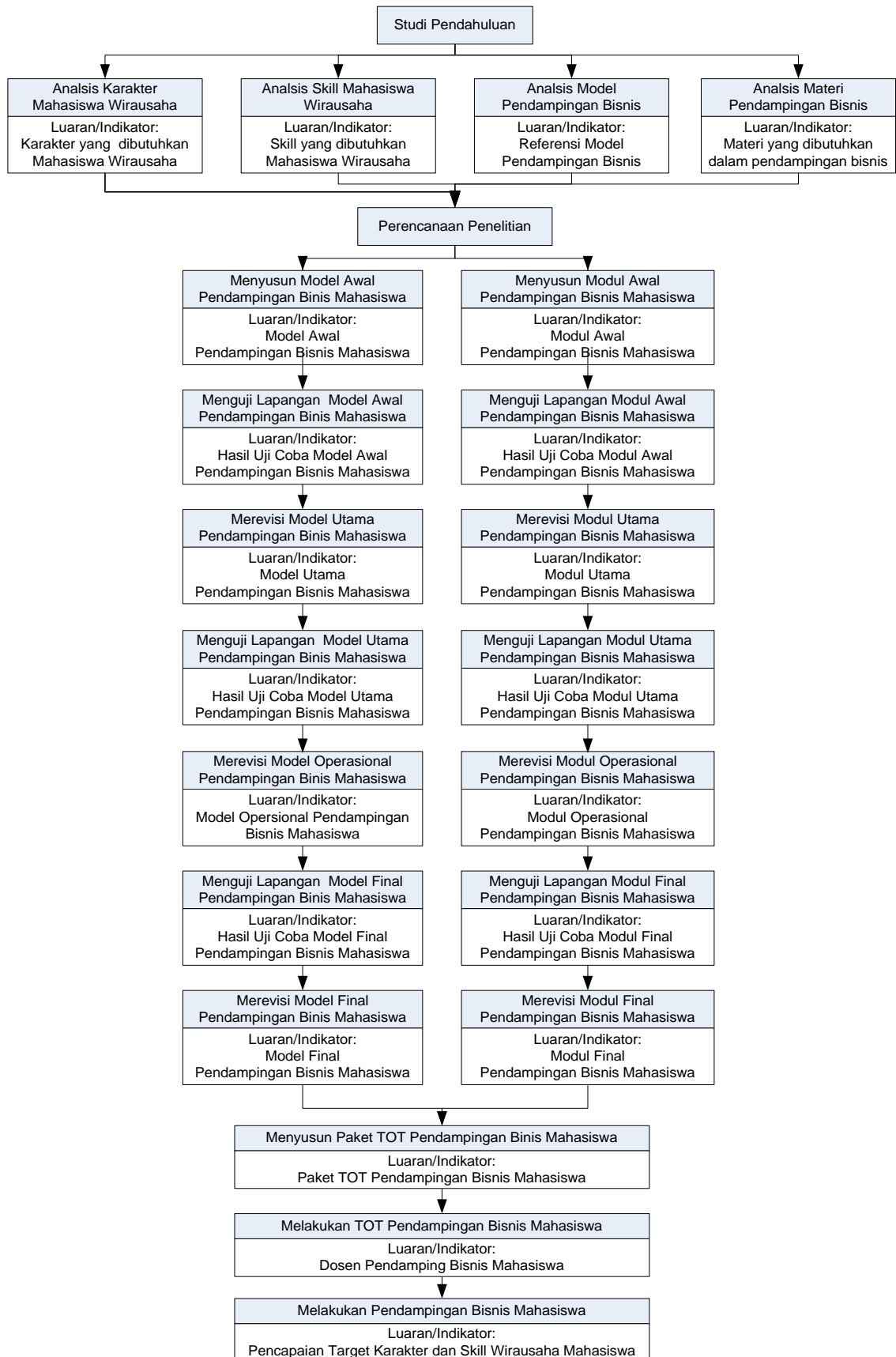
digunakan); dan 4) *revising it to correct the deficiencies found in the field-testing stage* (melakukan revisi untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ditemukan dalam tahap-tahap uji lapangan).

Terdapat 10 tahapan dalam mengembangkan produk menurut Borg dan Gall. Apabila tahapan tersebut diikuti dengan benar, diasumsikan akan menghasilkan model pendampingan bisnis mahasiswa yang siap dipakai. Adapun tahapan-tahapan dalam penelitian dan pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa menurut Borg dan Gall (1983: 775) adalah sebagai berikut.

1. Melakukan penelitian dan pengumpulan informasi (*research and information collection*). Aktivitas yang dapat dilakukan pada tahap pertama ini antara lain: melakukan kajian pustaka yang mendukung model pendampingan bisnis mahasiswa yang akan dikembangkan, observasi proses pendampingan yang sudah ada, serta merancang kerangka kerja penelitian dan pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa. Dengan kata lain, tahap ini adalah penelitian awal terkait dengan model pendampingan bisnis mahasiswa yang akan dikembangkan
2. Melakukan perencanaan (*planning*). Pada tahap ini, peneliti dapat membuat kerangka kerja yang dapat terdiri atas: merumuskan tujuan khusus yang ingin dicapai; memperkirakan dana, tenaga, dan waktu yang diperlukan untuk mengembangkan suatu produk; merumuskan kemampuan peneliti, prosedur kerja, dan bentuk-bentuk partisipasi yang diperlukan selama penelitian dan pengembangan suatu model; dan merancang uji kelayakan.
3. Mengembangkan bentuk awal produk (*develop preliminary form of product*). Tahap ini merupakan tahap perancangan draft awal model pendampingan bisnis mahasiswa yang siap diujicobakan, termasuk di dalamnya sarana dan prasarana yang diperlukan untuk uji coba dan validasi produk, alat evaluasi dan lain-lain.
4. Melakukan uji lapangan awal (*preliminary field testing*). Tujuan dari tahap ini adalah memperoleh deskripsi latar (*setting*) penerapan atau kelayakan model jika model tersebut benar-benar telah dikembangkan. Uji coba pendahuluan ini bersifat terbatas. Hasil uji coba terbatas ini dipakai sebagai bahan untuk melakukan revisi terhadap suatu produk yang hendak dikembangkan. Pelaksanaan uji coba terbatas dapat berulang-ulang hingga diperoleh rancangan model yang siap diujicobakan dalam cakupan yang lebih luas.

5. Melakukan revisi produk utama (*main product revision*). Berdasarkan uji coba yang berulang-ulang atas model awal pendampingan bisnis mahasiswa, maka peneliti dapat melakukan revisi terhadap suatu produk yang hendak dikembangkan menjadi model utama pendampingan bisnis mahasiswa.
6. Melakukan uji lapangan untuk produk utama (*main field testing*). Tahap ini biasanya disebut sebagai uji coba utama dengan cakupan yang lebih luas. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menentukan apakah model yang baru saja dikembangkan itu benar-benar siap dipakai untuk pendampingan bisnis mahasiswa kehadiran peneliti atau pengembang produk.
7. Melakukan revisi produk operasional (*operational product revision*). Setelah melakukan uji lapangan terhadap model utama, maka peneliti akan mendapat banyak umpan balik tentang kekurangan model pendampingan bisnis mahasiswa ini. Oleh karenanya pada tahapan ini, peneliti akan melakukan revisi terhadap model operasional pendampingan bisnis mahasiswa.
8. Melakukan uji lapangan terhadap produk final (*operational field testing*). Setelah proses revisi operasional model, maka dihasilkanlah model final dari pendampingan bisnis mahasiswa. Untuk mengetahui keefektifan dan validitas model final, maka peneliti pada tahap ini akan melakukan uji lapangan terhadap model final pendampingan bisnis mahasiswa ini. Pada umumnya, tahap ini disebut sebagai tahap uji validasi model.
9. Melakukan revisi produk final (*final product revision*). Berdasarkan umpan balik dari proses uji lapangan terhadap model final, maka peneliti dapat melakukan perbaikan model final pada tahap ini.
10. Melakukan diseminasi dan implementasi (*disemination and implementation*). Tahap ini bertujuan agar model pendampingan bisnis mahasiswa yang akan dikembangkan itu dapat dipakai oleh masyarakat luas, khususnya di lingkungan Universitas Negeri Yogyakarta. Inti kegiatan dalam tahap ini adalah melakukan sosialisasi terhadap produk hasil pengembangan. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk jurnal ilmiah nasional/internasional terakreditasi, dan sarasehan dan TOT pendampingan bisnis mahasiswa dengan dosen-dosen kewirausahaan UNY serta dosen pendamping PKM-K/PMW.

Dengan memperhatikan model penelitian dan pengembangan menurut Borg dan Gall, maka alir penelitian ini dapat disampaikan sebagaimana gambar 2 berikut.



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa ini adalah seluruh kelompok/individu mahasiswa yang mendapatkan hibah/bantuan permodalan bisnis melalui program PKM-K tahun 2013 dan PMW pada tahun 2012 dengan total keseluruhan sebanyak 95 bisnis. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 4 kelompok bisnis. Pemilihan kelompok didasarkan atas pertimbangan perwakilan tiap fakultas, keberlanjutan bisnis karena tidak jarang kelompok bisnis dari populasi tidak lagi berlangsung, serta kesediaan dari kelompok bisnis untuk menjadi obyek penelitian ini. Kelompok bisnis yang menjadi obyek penelitian ini adalah:

1. Akretalik Tas (tas lurik)
2. Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica)
3. Astutik (kompor batik)
4. Rikswa *Craft* (kerajinan relief kaligrafi aksara jawa)

Metode dalam pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa ini adalah metode penelitian dan pengembangan (R&D) yang mengacu pada model Borg dan Gall (Gambar 2). Sementara metode pendampingan yang akan dikembangkan adalah metode *coaching*. Dengan metode *coaching* ini, mahasiswa wirausaha akan terangsang untuk selalu menumbuhkembangkan bisnisnya secara mandiri.

C. Instrumen Pengumpulan Data

1. Instrumen

Berdasar keperluan data, maka instrumen yang digunakan adalah instrumen tes dan non tes. Instrumen tes digunakan untuk mengetahui kelayakan dan efektifitas modul pendampingan bisnis mahasiswa. Sedangkan instrumen non tes ini terdiri atas penilaian kelayakan dan efektifitas model pendampingan bisnis mahasiswa; pengukuran karakter wirausaha mahasiswa; dan pengukuran skill wirausaha mahasiswa.

2. Validitas Instrumen

Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel” (Suharsimi Arikunto, 2006: 168). Validitas instrumen dilakukan dengan validitas teoritis dan empiris. Sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan, maka untuk mengetahui validitas instrumen dari penelitian ini adalah dengan menggunakan

validitas isi (*content validity*) dan validitas konstruksi (*construcy validity*).

Validasi baik modul dan model dilakukan dengan cara focuss group discussion dengan ahli dibidangnya, yaitu ahli media pembelajaran, ahli metode pembelajaran, dan ahli model pembelajaran.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis kelayakan dan efektifitas model pendampingan bisnis mahasiswa dengan menggunakan penelitian tindakan dengan mengacu pada model Kemmis and Taggart.

Indikator keberhasilan penelitian ini adalah model dapat merangsang mahasiswa melakukan aksi bisnis dalam mencapai targetnya sehingga terjadi pertumbuhan dalam bisnisnya. Aksi bisnis ini mempunyai tingkatan dengan skala 4 sebagaimana tertera pada tabel 2. Penelitian berhasil manakala tingkat aksi bisnis mempunyai skala minimal 2.5.

Tabel 2. Tingkatan aksi bisnis dalam mencapai targetnya

Tingkatan aksi bisnis	Skala
Melakukan aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> dan mencapai target seperti yang direncanakan dalam <i>challenge</i>	4
Melakukan aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> namun belum mencapai seluruh target seperti yang direncanakan dalam <i>challenge</i>	3
Melakukan sebagian aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> dan sebagian target tercapai	2
Belum melakukan aksi bisnis sebagaimana direncanakan dalam <i>challenge</i>	1

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa

Model pendampingan ini terdiri dari 3 fase yaitu *review*, *coaching*, dan *challenge*. Fase *review* digunakan untuk mengkaji pertumbuhan terakhir dari bisnis mahasiswa (pada siklus pertama). Disamping itu juga untuk melihat aksi bisnis yang dilakukan berdasarkan *challenge* yang ditetapkan sendiri oleh mahasiswa pada siklus sebelumnya. Fase *coaching* berisi penggalian pemikiran, kesadaran, serta motivasi mahasiswa untuk melakukan aksi bisnis berikut dalam menumbuhkembangkan bisnisnya. Pada fase ini akan lebih didominasi tanya jawab tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa. Fase *challenge* merupakan fase penetapan rencana aksi (*action plan*) bisnis. Rencana aksi ini ditetapkan sendiri oleh mahasiswa supaya mahasiswa mempunyai pola pikir (*mind set*) berorientasi pada aksi bisnis dari pada khayalan dan rencana. Dengan ditetapkan sendiri, mahasiswa dilatih untuk bertanggung jawab atas rencana dan pemikirannya tersebut.

Dalam model pendampingan ini, ketiga fase saling berhubungan dan menggerakkan satu sama lain. Dengan melakukan *review* maka akan diketahui kondisi bisnis mahasiswa saat ini dan kendalanya. Dari fase *review* akan mengantarkan pada pendalaman permasalahan dari bisnis mahasiswa dalam bentuk tanya jawab dan diskusi pada fase *coaching*. Hasil dari fase *coaching* ini akan ditindaklanjuti dengan menetapkan rencana aksi bisnis baik strategis maupun teknis pada fase *challenge*. Apabila digambarkan, maka model pendampingan bisnis ini akan seperti pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa

Pendampingan dilakukan secara kontinyu setiap 2 minggu sekali		
<i>Review</i>	<ul style="list-style-type: none"> - merupakan fase monev bisnis mahasiswa - mengkaji pertumbuhan terakhir dari bisnis mahasiswa - melihat aksi bisnis berdasarkan <i>challenge</i> sebelumnya 	5 menit
<i>Coaching</i>	<ul style="list-style-type: none"> - merupakan fase penggalan pemikiran, kesadaran, serta motivasi berbisnis - isi didominasi tanya jawab tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa - target bisnis ditentukan oleh mahasiswa sendiri sehingga mahasiswa akan bertanggung jawab dengan targetnya - pertanyaan berdasar topik mingguan pendampingan atau permasalahan yang ada 	20 menit
<i>Challenge</i>	<ul style="list-style-type: none"> - merupakan fase penetapan rencana aksi (<i>action plan</i>) bisnis yang akan dilakukan dalam 2 minggu ke depan - rencana aksi ini ditetapkan sendiri oleh mahasiswa sehingga mahasiswa mempunyai pola pikir berorientasi pada aksi bisnis 	5 menit

Skenario pelaksanaan pendampingan bisnis mahasiswa seperti pada tabel 3.

Tabel 3. Skenario *coaching* pendampingan bisnis mahasiswa

Fase	Kegiatan	Waktu	Instrumen
<i>Review</i>	Melihat ulang pertumbuhan terakhir bisnis mahasiswa dan aksi berdasar <i>challenge</i>	5 menit	Form kondisi bisnis
<i>Coaching</i>	Pertanyaan-pertanyaan tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa	20 menit	Draf pertanyaan
<i>Challenge</i>	aksi bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu kedepan	5 menit	Form catatan <i>challenge</i>

Disamping itu, model pendampingan bisnis mahasiswa dalam penelitian ini mempunyai unsur-unsur sebagai berikut.

- Pendampingan dilakukan secara kontinyu setiap 2 minggu sekali.
- Pelaksanaan monitoring dan evaluasi perkembangan bisnis mahasiswa pada fase *review*.
- Pemberian motivasi penumbuhan bisnis mahasiswa pada fase *coaching*.
- Penetapan rencana aksi bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu kedepan pada fase *challenge* dimana *challenge* ini ditentukan mahasiswa sendiri.
- Penentuan target bisnis ditentukan oleh mahasiswa sendiri sehingga mahasiswa merasa bertanggung jawab dengan target yang dicanangkannya.
- Dalam proses pendampingan dengan teknik *coaching* dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang mengarahkan mahasiswa untuk berpikir dan

berpikir dalam mengembangkan bisnisnya – tidak memberikan arahan bagaimana pengembangan bisnisnya.

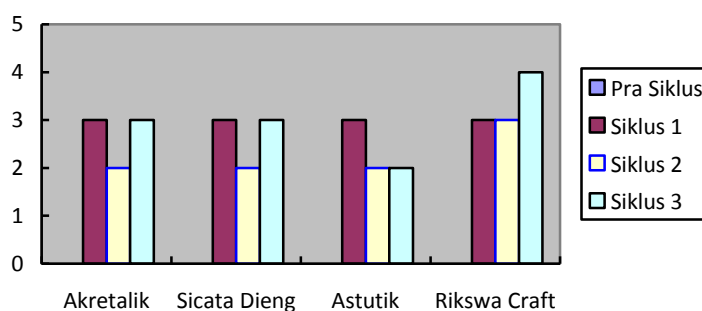
- g. Pertanyaan berdasar topik mingguan pendampingan atau permasalahan yang ada.
- h. Dilakukan kompetisi diantara kelompok bisnis dengan kriteria aksi nyata dalam bisnis dalam pencapaian target.

2. Hasil pendampingan bisnis mahasiswa

Bisnis mahasiswa yang didampingi adalah Akretalik Tas (tas lurik), Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica), Astutik (kompor batik), Rikswa Craft (kerajinan). Proses pendampingan dilakukan selama dua bulan dalam 4 siklus. Data dalam proses pendampingan bisnis mahasiswa dapat dilihat pada tabel 3 tentang hasil pendampingan bisnis mahasiswa.

Dari data terlihat bahwa mahasiswa yang berbisnis senantiasa mengupayakan pertumbuhan bisnisnya dengan melakukan aksi bisnis yang dirancangnya sendiri. Berbagai aksi bisnis meskipun kecil namun nyata berhasil membuahkan hasil, seperti menawarkan produk untuk dititipkan di Mirota Batik (Rikswa Craft); memasarkan kompor batik langsung ke sekolah yang mengajarkan batik (Astutik); menjual Sicata Dieng melalui outlet oleh-oleh membuahkan omzet sebesar 1 juta (Sicata Dieng), serta produksi tas untuk berbagai sampel, katalog, sekaligus dipasarkan (Akretalik).

Apabila nilai tingkat pelaksanaan aksi bisnis diplot dalam histogram sebagaimana gambar 3 maka dapat menggambarkan bagaimana mahasiswa cukup termotivasi untuk menumbuhkembangkan bisnisnya.



Gambar 4. Histogram nilai aksi bisnis mahasiswa

Tabel 4. Hasil pendampingan bisnis mahasiswa

Uraian	Siklus			
	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
1. Akretalik				
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Omset ± 8 jt/bulan - Laba ± 5 jt/bulan - Pemasaran online - Mitra produksi : 2 mitra - Produksi 85 tas/3 bln - Aset: kulit full up, tenun lurik, dan label 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 24 pcs belum bisa terpenuhi karena mitra overload order - Omset minggu ini 350 ribu (menjual 1 tas dr produksi minggu lalu) - Laba 100 ribu 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada penjualan untuk minggu ini - Produksi 24 pcs belum bisa terpenuhi karena mitra overload order - Tim sedang sibuk dengan skripsi 	<ul style="list-style-type: none"> - Terproduksi 10 tas untuk pembuatan katalog - Pembuatan catalog belum selesai
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (<i>Coaching</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 80 tas/bl - Omset 8 jt/bl - Mengikuti expo dan pameran - Ikut serta dalam Indonesia Fashion Week 2014 	Tidak ada keterlambatan produksi	Tidak ada keterlambatan produksi	Manajemen pemasaran melalui online shop Akretalik belum maksimal
Rencana Aksi (<i>Challenge</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi 24 tas untuk pembuatan katalog - Penyebaran katalog (ke kantor instansi pemerintah, dosen, karyawan di kampus, teman) 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra produksi - Menyiapkan lay out desain katalog - Produksi 24 tas - Persiapan kemptetisi wirausaha di indonesia fashion Week 2014 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra produksi - Menyiapkan lay out desain katalog - Produksi 24 tas - Persiapan kemptetisi wirausaha di indonesia fashion Week 2014 	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki manajemen pemasaran online - Menambah mitra produksi - Produksi 14 tas yang tersisa
Nilai Skala Aksi		3	2	3
2. Sicata Dieng				
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 1 kali produksi /minggu - Penjualan secara online - Pemasaran masih di wonosobo - Selesai pameran di LPPM - Omzet minggu lalu 70.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi di wonosobo tapi cetak kemasan label botol/box di jogja sehingga ada ongkir - Produksi dari pengupasan hingga pengemasan dilakukan 2 tenaga kerja - 	<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan belum memenuhi target - Produksi terkendala alat yang sedang diservis - Omzet bulan sept 600.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat produksi masih belum menetap - Keuntungan masih sdk karena uang penjualan dialokasikan untuk pembayaran hutang investasi alat - Penjualan via outlet dengan omzet 1 jt/bln (pertengahan okt)
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (<i>Coaching</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Meminimalkan harga pasar dengan mencari supply bahan langsung ke petani - Menambah modal melalui kerja sama dengan BMT Marhamah - Publikasi di BMT Marhamah 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 2 kali seminggu - Penambahan pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> - Perluasan pasar dg bekerjasama dg BMT marhamah - Optimalisasi tenaga kerja - Membuat skala prioritas pembiayaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai tempat produksi tetap - Neraca keuangan lancar - Mempunyai marketing area jogja - Pelunasan alat produksi (800rb) - Produksi 4 kali/bln tanpa tergantung order - Mengefektifkan <i>ecommerce</i>

Rencana Aksi (<i>Challenge</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah tenaga marketing di area wonosobo - Melobi petani carica di dieng - Melobi BMT Marhamah - Melobi ke dinas terkait 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat job desk - Produksi dikontinyukan - Pemantauan barang yang dititipkan di outlet secara kontinyu minimal 2 kali sebulan - Edukasi pasar di lingkungan UNY 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendaftarkan Sicata Dieng di KUB Carica Wonosobo - Produksi dikontinyukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemulihan modal - Pelunasan hutang modal investasi alat - Mencari tenaga marketing jogja dan wonosobo - Pembagian jobdesk
Nilai Skala Aksi		3	2	3
3. Astutik	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet bulan lalu 4 jt/bln dg penjualan 10 kompor - Laba bersih 500rb/bln - Pemasaran online dan <i>direct selling</i> ke sekolah - Mempunyai mitra usaha - Ada 25 kompor produksi bln yg lalu 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pameran produk di bantul expo dan di TMII - Persipan mengikuti kompetisi teknopreneur pemuda dari Kemenristek - Penyebaran media promosi di SMKN 2 Sewon - Pembuatan web 	<ul style="list-style-type: none"> - Optimalisasi iklan di web - Melayani pemesanan secara online dan sms - Produksi kompor - Produk masuk ke kementerian?? 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi terus berjalan berdasarkan order - Persipan mengikuti kompetisi teknopreneur pemuda dari Kemenristek - Publikasi di berbagai media
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (<i>Coaching</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet naik 2 kali lipat (8jt/bln) - Publikasi kompor batik di media online 	<ul style="list-style-type: none"> - Terpublikasi secara nasional - Pemasaran secara nasional 	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet naik 2 kali lipat (8jt/bln) - Publik semakin mengenal kompor batik 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai sistem produksi <i>make to supply</i> - Mendapat penguatan modal
Rencana Aksi (<i>Challenge</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Menjual kompor batik (10 psc) ke SMK Adiwarna Tegal - Mempunyai web, fanpage, twitter - Menjalin kerjasama dengan beberapa sekolah - Mengikuti pameran dan kompetisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Persipan pameran produk di bantul expo dan di TMII 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbanyak iklan via website - Membuat iklan di berita online - Optimalisasi web www.spirit-groups.com 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan film untuk promosi via TV
Nilai Skala Aksi		3	2	2
4. Rikswa Craft	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Vakum 1 bulan selama Agustus dan tim bubar 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah membawa contoh produk ke Mirota Batik dan mendapat beberapa masukan untuk memperbaiki produk. - Belum dapat dimasukkan ke Mirota Batik karena hanya membawa 2 sampel, Mirota Batik meminta minimal 3 buah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses <i>finishing</i> 5 produk Rikswa yang akan dititipkan di Mirota Batik. - Dari perhitungan ulang, ternyata harga Rp 35rb dari Rikswa terlalu murah sehingga dinaikkan menjadi Rp 40rb per produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk sudah masuk Mirota Batik (sebanyak 5 buah di Mirota Batik dengan harga dari Rikswa Rp 40rb. oleh Mirota Batik dijual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 60rb. Produk sudah didisplay di bagian kerajinan relief) - Inventarisasi asset sudah dilakukan

		<ul style="list-style-type: none"> - Satu produk ditawarkan seharga Rp 35 rb dari Rikswa untuk Mirota Batik 		<ul style="list-style-type: none"> - Sampel produk jenis souvenir pernikahan dalam proses penyelesaian 30%, - Pendaftaran merek sedang proses (sudah datang ke Balai Bisnis dan mendaftar, namun masih perlu memperbaiki logo)
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (<i>Coaching</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Mempunyai administrasi yang rapi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Mempunyai administrasi yang rapi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Mempunyai administrasi yang rapi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Mempunyai administrasi yang rapi
Rencana Aksi (<i>Challenge</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Memulai bisnis lagi - Menginventarisasi asset Rikswa, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. - Menyelesaikan proses produksi 3 produk yang akan dititipkan di toko namun belum jadi 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perbaikan produk berdasarkan masukan dari Mirota Batik - Menginventarisasi asset Rikswa, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memasukkan produk ke Mirota Batik - Menginventarisasi asset, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. - Menyelesaikan pembuatan sampel produk jenis souvenir pernikahan, kemudian mempromosikannya 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong - Menyelesaikan pembuatan sampel produk jenis souvenir pernikahan, kemudian mempromosikannya.
Nilai Skala Aksi		3	3	4

B. Pembahasan

Sebagai permulaan bisnis dan penerapan model, rerata keberhasilan penerapan model cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil rerata keseluruhan nilai aksi bisnis mahasiswa yang sebesar 2.75. Mengingat target awal indikator keberhasilan yang sebesar 2.5, maka penerapan model pendampingan bisnis ini dapat dikatakan mampu untuk menumbuhkembangkan bisnis mahasiswa. Berikut adalah rerata nilai aksi bisnis mahasiswa.

Tabel 5. Rerata nilai aksi bisnis mahasiswa

Bisnis	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)	Rerata
Akretalik	3	2	3	2.67
Sicata Dieng	3	2	3	2.67
Astutik	3	2	2	2.67
Rikswa Craft	3	3	4	3.33

Aksi nyata dalam berbisnis inilah yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Besar kecilnya omzet dan profit bukan menjadi pertimbangan utama dalam tahap permulaan bagi pebisnis pemula yang juga mempunyai kewajiban kuliah ini. Mengingat salah satu karakter entrepreneur adalah berorientasi pada tindakan (Kasali, dkk, 2010). Melalui model pendampingan yang kontinyu dan tanpa berjarak dengan mahasiswa ini, Rikswa Craft yang sempat vakum karena bubarnya tim PKM-K dapat termotivasi dan melakukan aksi bisnis yang nyata.

Dengan demikian, model pendampingan bisnis mahasiswa ini cukup efektif dalam menumbuhkembangkan bisnis mahasiswa.

BAB VI

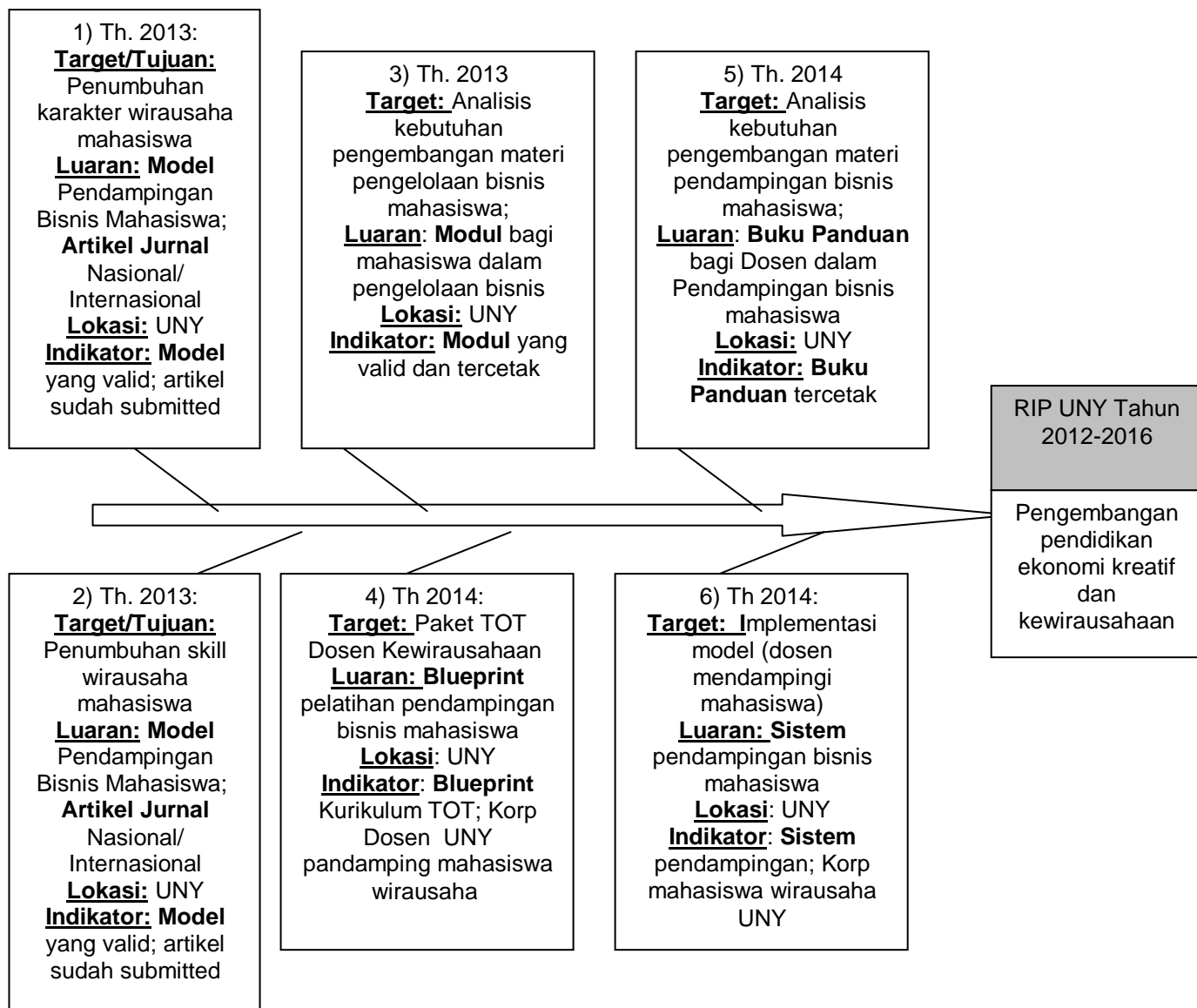
RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

A. Roadmap Penelitian

Roadmap penelitian yang akan dihasilkan ini diselaraskan dengan roadmap, sasaran, program strategis dari Rencana Induk Penelitian UNY Tahun 2012-2016 yaitu pengembangan pendidikan ekonomi kreatif dan kewirausahaan. Adapun *roadmap* penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengembangkan model pendampingan bisnis mahasiswa (tahun I/2013).
2. Menumbuhkan karakter wirausaha mahasiswa melalui implementasi model didalam praktek pendampingan bisnis mahasiswa (tahun I/2013).
3. Menumbuhkan skill wirausaha mahasiswa melalui implementasi model didalam praktek pendampingan bisnis mahasiswa (tahun I/2013).
4. Menganalisis kebutuhan pengembangan materi pendampingan bisnis mahasiswa (tahun I/2013).
5. Menghasilkan modul bagi mahasiswa dalam pengelolaan bisnisnya (tahun I/2013).
6. Menghasilkan buku panduan bagi dosen dalam pendampingan bisnis mahasiswa (tahun II/2014).
7. Menghasilkan blueprint paket pelatihan TOT model pendampingan bisnis mahasiswa (tahun II/2014).
8. Menghasilkan sistem pendampingan bisnis mahasiswa (tahun II/2014).

Roadmap penelitian ini sejalan luaran penelitian yang hendak dicapai. *Roadmap* penelitian ini juga selaras dengan roadmap, sasaran, program strategis dari Rencana Induk Penelitian UNY Tahun 2012-2016 yaitu pengembangan pendidikan ekonomi kreatif dan kewirausahaan. Adapun rincian *roadmap* penelitian ini meliputi: penumbuhan karakter wirausaha mahasiswa, penumbuhan skill wirausaha mahasiswa, analisis kebutuhan pengembangan materi pendampingan bisnis mahasiswa, serta paket pelatihan dan implementasi pendampingan bisnis mahasiswa. Apabila digambarkan dalam diagram *fishbone* (tulang ikan), maka *roadmap* penelitian ini adalah gambar 5 berikut.



Gambar 5. Roadmap Penelitian Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa

B. Rencana Tahapan Berikutnya

Berdasarkan roadmap tersebut, maka rencana penelitian tahapan berikutnya adalah sebagai berikut.

1. Menghasilkan buku panduan bagi dosen dalam pendampingan bisnis mahasiswa.
2. Menghasilkan blueprint paket pelatihan TOT model pendampingan bisnis mahasiswa.

3. Melakukan penelitian kemungkinan pembuatan sistem pendampingan bisnis mahasiswa sehingga dapat diterapkan secara sistematis di UNY.

Dengan rencana penelitian pada tahun kedua tersebut, maka luaran yang di targetkan adalah sebagai berikut.

1. Buku Panduan bagi Dosen dalam Pendampingan Bisnis Mahasiswa.

Untuk memudahkan dosen yang mendampingi bisnis mahasiswa dan sekaligus untuk memberikan arah kepada mahasiswa tentang langkah-langkah dalam merintis dan mengembangkan bisnisnya, maka penelitian ini juga akan menghasilkan buku panduan bagi dosen dalam pendampingan bisnis mahasiswa.

2. Blueprint Pelatihan TOT Pendampingan Bisnis Mahasiswa.

Berdasarkan *roadmap*, sasaran, program strategis dari Rencana Induk Penelitian UNY Tahun 2012-2016 yaitu pengembangan pendidikan ekonomi kreatif dan kewirausahaan terdapat target untuk membuat Paket Pelatihan dan Implementasi Pendidikan Kewirausahaan, maka penelitian ini ditargetkan hingga mencapai tersusunnya Blueprint Paket Pelatihan Pendampingan Bisnis Mahasiswa sebagai bagaian dari Pendidikan Kewirausahaan.

3. Sistem Pendampingan Bisnis Mahasiswa

Setelah terbentuk model, modul, buku panduan, blueprint TOT, maka langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan model pendampingan berbasis teknik coaching ini pada mahasiswa penerima hibah wirausaha. Dari implementasi ini nantinya akan dibentuk sistem pendampingan bisnis mahasiswa yang mapan dan efektif.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Model pendampingan bisnis ini meliputi 3 fase yaitu *review*, *coaching* dan *challenge*. Dari empat siklus yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa model ini cukup efektif dalam merangsang mahasiswa sebagai pebisnis pemula merancang dan melakukan aksi nyata dalam menumbuhkembangkan bisnisnya..

B. Saran

Untuk dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan bisnis mahasiswa di UNY, maka perlu adanya peneran model pendampingan bisnis mahasiswa ini di seluruh UNY. Sehingga penelitian itu sebaiknya dilanjutkan pada tahun kedua dengan fokus mematangkan model dan modul penelitian kemudian membangun sistem pendampingan bisnis mahasiswa di UNY dengan dilengkapi buku panduan bagi dosen serta *blue print* sistem dan pelatihannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Burton, R., Brown, J. S., & Fischer, G. (1999). *Skiing as a model of instruction* dalam B. Rogoff & J. Lave (Eds.), *Everyday cognition: Development in social context* (pp. 139–150). Cambridge, MA: Harvard University Press
- Collins, A., Brown, J. S., & Newman, S. E. (1989). Cognitive apprenticeship: Teaching the craft of reading, writing, and mathematics
- Guzdial, M. (1995). Software-realized scaffolding to facilitate programming for science learning. *Interactive Learning Environments*, 4(1), 1–44.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th.ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Parker, W. C., & Hess, D. (2001). Teaching with and for discussion. *Teaching and Teacher Education*, 17, 273–289
- Salim, Gendro. (2010). *Neuro Coaching, Neuro Linguistic Programming, Merumuskan Aksi Business Coach dalam Sebuah Formula*. Jakarta: Sinergi Media
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Thompson, John. Bale, Riger. dan Downing, Ron. (2006). *Effective Entrepreneur nabling-Increasing the Effectiveness of Advising, Coaching and Mentoring Support* Cardiff-Caerdydd: Institute for Small Business and Entrepreneurships

LAMPIRAN

Lampiran 1. Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas

No.	Nama / NIDN	Instansi Asal	Kualifikasi/ Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/mgg)	Uraian Tugas
1.	Moh. Adam Jerusalem, M.T. / 0012037801	FT UNY	Manajemen Usaha, Kewirausahaan	8 jam/mgg	Membuat model, Uji coba model/ pendampingan bisnis
2.	Tejo Nurseto, M.Pd / 0024037404	FE UNY	Kewirausahaan; Ekonomi Koperasi; UMKM	8 jam/mgg	Membuat model, menyelenggarakan TOT, membuat buku panduan pendampingan bisnis mahasiswa
3.	Noor Fitrihana, M. Eng / 0020097603	FT UNY	Bisnis Fashion	8 jam/mgg	Membuat model, Membuat modul pendampingan bisnis